

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**Кафедра технологий коммуникации**

**ГОРДИЕНКО**

Ирина Сергеевна

**СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ  
ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ**

Дипломная работа

Научный руководитель:

кандидат филологических

наук,

доцент П.Л. Соловьев

Допущена к защите

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

Кандидат философских наук, доцент И.В. Сидорская

Минск, 2016

## РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 82 стр., 131 источник, 3 приложения.

ИМИДЖ, ИМИДЖ СТРАНЫ, ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА СТРАНЫ, ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА, СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ, СОБЫТИЕ, ТУРИЗМ.

Объект исследования – процесс формирования имиджа страны как явление коммуникации.

Предмет исследования – событийный туризм как инструмент формирования имиджа страны.

Цель работы: исследовать событийный туризм как один из инструментов формирования имиджа страны.

Методы исследования: наблюдение, анализ, описание и обобщение, мониторинг, классификация.

Полученные результаты и их новизна: изучен термин «имидж», а также структурно-функциональные характеристики имиджа и имиджа страны; выявлены подходы к формированию имиджа стран; определены PR-инструменты, используемые для формирования имиджа страны, изучены виды событийного туризма и их эффективность в общемировой практике и в Республике Беларусь; выработаны практические рекомендации по увеличению эффективности событийного туризма в Республике Беларусь.

Новизна работы заключается в анализе событий, проводимых на территории Республики Беларусь и оценке эффективности как каждого вида событийного туризма, так и самих событий.

Результаты дипломного исследования имеют непосредственную практическую значимость. Разработанные по итогам исследования рекомендации могут стать основой для национальных нормативных документов в области формирования имиджевой политики Республики Беларусь, а также основой для стратегии управления коммуникациями Национального агентства по туризму, представляющее интересы государства по формированию имиджа нашей страны за рубежом.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность ее выполнения.

## РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Дыпломная праца змяшчае: 82 стар., 131 крыніцу, 3 дадаткі.

ІМІДЖ, ІМІДЖ КРАІНЫ, ФАРМІРАВАННЕ ІМІДЖА КРАІНЫ, ІНСТРУМЕНТЫ ФАРМІРАВАННЯ ІМІДЖУ, ПАДЗЕЙНЫ ТУРЫЗМ, ПАДЗЕЯ, ТУРЫЗМ.

Аб'ект даследавання - працэс фарміравання іміджу краіны як з'ява камунікацыі.

Прадмет даследавання - падзейны турызм як інструмент фарміравання іміджа краіны.

Мэта працы: даследаваць падзейны турызм як адзін з інструментаў фарміравання іміджу краіны.

Метады даследавання: назіранне, аналіз, апісанне і абагульненне, маніторынг, класіфікацыя.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: вывучаны тэрмін «імідж», а таксама структурна-функцыянальныя характарыстыкі іміджу і іміджу краіны; выяўлены падыходы да фарміравання іміджу краін; вызначаны PR-інструменты, якія выкарыстоўваюцца для фарміравання іміджу краіны, вывучаныя віды падзейнага турызму і іх эфектыўнасць у агульнасусветнай практыцы і ў Рэспубліцы Беларусь; вырацаваны практычныя рэкамендацыі па павелічэнні эфектыўнасці падзейнага турызму ў Рэспубліцы Беларусь.

Навізна працы заключаецца ў аналізе падзей, якія праводзяцца на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь і вызначэнні эфектыўнасці як кожнага віду падзейнага турызму, так і саміх падзей.

Вынікі дыпломнага даследавання маюць непасрэдную практычную вартасць. Распрацаваныя па выніках даследавання рэкамендацыі могуць стаць асновай для нацыянальных нарматыўных дакументаў у галіне фарміравання іміджавай палітыкі Рэспублікі Беларусь, а таксама асновай для стратэгіі ўпраўлення камунікацыямі Нацыянальнага агенцтва па турызме, якое прадстаўляе інтарэсы дзяржавы па фарміраванні іміджу нашай краіны за мяжой.

Аўтар працы пацвярджае дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

## **ABSTRACT OF THE DIPLOMA PAPER**

The diploma paper contains: 82 pages, 131 sources, 3 appendixes.

IMAGE, COUNTRY IMAGE, FORMATION OF COUNTRY IMAGES, TOOL OF IMAGE FORMATION, EVENT TOURISM, EVENT, TOURISM.

The object of the research is the process of formation of the country's image as a phenomenon of communication.

The subject of the research is event tourism as a tool for formation of the country's image.

The objective of the work is to investigate the event tourism as a tool for formation of the country's image.

The methods of the investigation are observation, analysis, description and compilation, monitoring, classification.

The results and their novelty are the following: the term "image" has been studied, as well as the structural and functional characteristics of the image and the country image; approaches to the formation of the image have been identified; PR-tools which are used to form the country image have been defined, types of event tourism and their effectiveness in the global practice and in the Republic of Belarus have been studied; practical recommendations in order to increase the effectiveness of event tourism in Belarus have been developed.

The novelty of the work lies in the analysis of the events held in the territory of the Republic of Belarus and evaluation of each type of event tourism and the events themselves.

The results of the research have a direct practical significance. The developed recommendations of the study could form the basis for the national regulations in the field of formation of image policy of the Republic of Belarus, as well as the basis for managing communications strategies of the National Tourism Agency, which is representing the interests of the state to build the image of our country abroad.

The author of the paper confirms the reliability of the materials and the results of the diploma paper, and also confirms only self-involvement in doing it.

